

Sociedade dos fluxos comunicacionais e novos eventos rituais: o caso das redes sociais e dos *smart/flash mobs*

Lídia Oliveira



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/eces/514>

DOI: 10.4000/eces.514

ISSN: 1647-0737

Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

Refêrencia eletrónica

Lídia Oliveira, « Sociedade dos fluxos comunicacionais e novos eventos rituais: o caso das redes sociais e dos *smart/flash mobs* », *e-cadernos CES* [Online], 08 | 2010, colocado online no dia 01 junho 2010, consultado a 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/eces/514> ; DOI : 10.4000/eces.514



SOCIEDADE DOS FLUXOS COMUNICACIONAIS E NOVOS EVENTOS RITUAIS: O CASO DAS REDES SOCIAIS E DOS *SMART/FLASH MOBS*

LÍDIA OLIVEIRA

UNIVERSIDADE DE AVEIRO – CETAC.MEDIA

CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS, UNIVERSIDADE DE COIMBRA

A sociedade contemporânea é marcada pelas comunicações mediadas pelos serviços disponibilizados pela Internet e pelos serviços móveis de comunicação. Neste contexto o conceito de Web 2.0 proliferou como matriz das novas dinâmicas da comunicação *on-line*, atribuindo à cooperação, à colaboração e ao estabelecimento de relações rizomáticas a essência dos rituais da co-presença no espaço virtual. Com este artigo visa-se reflectir sobre os rituais de interacção no seio das redes sociais *on-line* e dos designados *smart* e *flash mobs* e problematizar se esses rituais de interacção são promotores de comunicação ou se incrementam uma colaboração paradoxal ou (quase)-incomunicação.

Palavras-chave: ritual; comunicação; rede social; *flash mob*; *smart mob*.

INTRODUÇÃO

O que é que na actualidade dá que pensar que seja matriz ontológica dessa contemporaneidade? O que dá que pensar e faz a reelaboração simbólica do real é a estrutura em rede de fluxos que contaminou todas as lógicas, da económica à social, passando pela pessoal. Somos na rede, somos nas redes sociais progressivamente emigrantes para o espaço imaterial, tecido de relações que desafiam as dinâmicas locais porque incorporam os sujeitos nas dinâmicas globais e porque estes incorporam estas dinâmicas na sua cosmovisão local. Esta é afectada, contaminada e contaminando num círculo hermenêutico, que confronta visões de mundo, de cultura e que proporciona a geração de novas visões mais ou menos hibridizadas, mais ou menos hegemónicas, mais ou menos glocais. Pina Cabral (1998), para tratar da questão da globalização, faz a distinção entre culturas “orgânicas” e “supraculturas”.

Por culturas orgânicas quero dizer as disposições culturais que adquirimos no seio da nossa vivência pessoal e, particularmente, como parte das nossas solidariedades primárias. É aí que estruturamos as nossas concepções centrais de tempo e de espaço, aquelas que traremos sempre dentro de nós. [...] O que é importante compreender é que, quando falamos de novos espaços e novos tempos ligados a novas tecnologias comunicacionais, falamos de formas de tempo e de espaço que nos afectam só parcialmente e só por relação a um tipo de situação que não é a mais importante para cada um de nós – a nossa casa, a nossa família, a nossa ‘vidinha’, para usar a expressiva locução proverbial portuguesa.

Na Internet situamo-nos dentro do funcionamento de disposições supraculturais. Disposições que se sobrepõem às culturas orgânicas, mas que não as alteram integralmente. As culturas orgânicas são forçadas a integrar dispositivos de adaptação por forma a compatibilizarem-se com essas disposições supraculturais. Esta é a sua condição de sobrevivência, mas não são forçadas a hibridizarem-se, a perderem a sua essência, a desaparecerem aos bocados – como é hoje moda alardear. (Cabral, 1998: 867)

Se para um *imigrante digital* a sua cultura orgânica é o quadro dominante de interpretação do mundo e do que lhe chega das disposições supraculturais, para um *nativo digital*¹ a sua cultura orgânica tende a coincidir com o que Pina Cabral apresenta como supracultura. É evidente que cultura orgânica continua a coexistir com a supracultura. O desafio no contexto contemporâneo em que se assiste à *naturalização* das tecnologias de comunicação nas rotinas cognitivas e sociais das novas gerações é compreender se é a cultura orgânica ou a supracultura quem tem o peso dominante na construção simbólica do real, o qual é “marcado pela compressão sem precedentes do tempo e do espaço, pela racionalização, impessoalização e desterritorialização das relações sociais” (Costa, 2005: 112).

Neste sistema-mundo a vida quotidiana continua marcada por numerosos sistemas de comportamentos ritualizados (Browne, 1980), contudo, as investigações sobre fenómenos rituais das culturas pós-industriais não são abundantes, nomeadamente sobre os eventos rituais no contexto dos novos *media*. Daí o interesse em reflectir sobre os comportamentos e eventos rituais em novos contextos de comunicação e sobre os próprios eventos rituais como mecanismos de comunicação. O ritual como fenómeno de comunicação e a comunicação como fenómeno ritual.

¹ Marc Prensky (<http://www.marcprensky.com/>) cunhou a distinção entre *digital natives* e *digital immigrants* para sublinhar a diferença entre as pessoas que desde muito novas, desde sempre, cresceram e interagiram com ambientes tecnologicamente ricos e os que foram confrontados com a necessidade de se adaptarem ao uso das tecnologias de informação e comunicação.

COMUNICAÇÃO E RITUAL

É no contexto da comunicação mediada pela Internet, pelos sistemas de comunicação móvel e pelos serviços de promoção das relações sociais, ou seja, os serviços que têm como lógica a interacção mútua e não a interacção reactiva que se pretende analisar a ritualidade dos processos de comunicação contemporâneos, fazendo uso da distinção proposta por Primo, segundo o qual a “[...] interacção mútua é aquela que é caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afectando-se mutuamente; já a interacção reactiva é limitada por relações determinísticas do estímulo e resposta.” (2003: 62).

É objectivo ler fenómenos comunicacionais típicos da contemporaneidade – as redes sociais *on-line* e os *smart/flash mobs* – como eventos rituais. Neste sentido, retoma-se um quadro teórico global, ainda que não exaustivo, sobre a questão do comportamento ritual, da tipologia dos comportamentos rituais, avaliação da vitalidade do ritual para realizar essa leitura. Com a proposta desta leitura a partir de um conceito clássico da antropologia, como é o conceito de ritual, pretende-se dar um contributo para enriquecer o olhar sobre os processos de comunicação contemporâneos suportados pela Internet e pelas comunicações móveis ubíquas e, por outro lado, sublinhar a dimensão heurística do conceito de ritual.

Uma nova gramática do encontro, num rito de associação, em que o próprio acto de associar o outro e de o outro me associar assume uma função gramatical no tecido de um território relacional, em que o *link* enquanto cimento social se assume como instrumento de efectivação do espaço relacional. A associação de “amigos” nas redes sociais *on-line* como evento gramatical de uma nova geração, ou seja, como parte do seu reportório cultural.

É importante que se retomem algumas definições de ritual como uma forma de actualização e geração de contexto de reflexão.

O que quero dizer com ‘ritual’? Obviamente, o ritual é um modo formal da acção, obviamente ritual enfatiza a acção simbólica sobre a acção tecnicamente instrumental, geralmente, o ritual é importante ao nível das relações sociais e da ordem social. [...] Vou definir ritual como o desempenho voluntário de comportamento modelado adequadamente, para simbolicamente afectar ou participar na vida séria. (Rothenbuhler, 1998: ix)²

² No caso das citações que foram objecto de tradução, essa tradução é da responsabilidade da autora do texto.

Conclusão [...] que o ritual é uma das mais fortes formas de eficácia comunicativa. [...] Análises das sucessivas camadas das propriedades comunicativas do ritual (por exemplo, os símbolos, realizada por alguém, com referência a coisas que não materialmente presentes, e assim por diante) para chegar a uma compreensão do poder peculiar de comunicação ritual. (Rothenbuhler, 1998: 53)

O ritual apresenta-se como um meio/modo de comunicação. Dos rituais de nascimento aos rituais de morte passando pelos de batizado, casamento, entre muitos outros, o objectivo é comunicar. Comunicar a entrada num dado território simbólico, a partilha de marcas identitárias, enfim, comunicar as alterações na dinâmica relacional dos membros do grupo.

A comunicação é ela própria um ritual, com recurso a artefactos rituais, a roteiros, ao desempenho de papéis e à existência de uma plateia (Rook, 2007). A comunicação e o ritual têm uma dimensão performativa inerente. Não há comunicação sem performatividade, não há ritual sem performatividade. Segundo Tambiah (1985):

O ritual é um sistema culturalmente construído de comunicação simbólica. É constituído de padrões e sequências ordenadas de palavras e actos, muitas vezes expressa em vários *media*, cujo conteúdo e arranjo caracterizados em diferentes graus de formalidade (convencionalidade), estereotipia (rigidez), condensação (fusão), e redundância (repetição). A acção ritual nos seus traços constitutivos é performativa nestes três sentidos: no acto convencional; no sentido completamente diferente de uma performance que utiliza vários meios pelos quais os participantes experimentam intensamente o evento; e no sentido dos valores indexais – eu derivo este conceito de Peirce – que são vinculados ou inferidos pelos actores durante a performance. (Tambiah, 1985: 128)

A ideia do ritual como um sistema de comunicação simbólica e a abordagem de uma teoria performativa do ritual (Tambiah, 1979; 1985) serve de lastro à leitura que se propõe de dois fenómenos contemporâneos: os *smart/flash mobs* (mobilizações políticas e/ou hedonistas) e as redes sociais *on-line*.

DIMENSÃO RITUAL DOS *SMART/FLASH MOBS* E DAS REDES SOCIAIS *ON-LINE*

Os *smart/flash mobs*³ são encontros de pessoas que agem de forma concertada, encenando um comportamento similar, apesar de muitas delas não se conhecerem, na medida em que o encontro é fruto de uma convocatória realizada por SMS (mensagens curtas usando um serviço móvel de comunicação) em cascata. Esses encontros têm lugar em espaços públicos e podem ter finalidades diversas que podem ir da intervenção lúdica à intervenção política. Em todos os casos há uma forte componente de comunicação performativa pelo comportamento concertado dos participantes. Os *flash mobs* são um tipo de *smart mobs* onde se sublinha a rapidez com que esse eventos rituais são convocados e também a sua dimensão efémera na paisagem.

Práticas contemporâneas de agregação social estão usando as tecnologias móveis para ações que reúnem muitas pessoas, às vezes multidões, que realizam um ato em conjunto e rapidamente se dispersam. Essas práticas podem, ter finalidades artísticas, como uma performance, ou ter um objetivo mais engajado, de cunho político-ativista. Esse conjunto de práticas tem sido denominado de *smart mobs*. Trata-se simplesmente do uso de tecnologias móveis para formar multidões ou massas com objectivo de ação no espaço público das cidades. As primeiras, de carácter hedonista, são as *flash mobs*, mobilizações instantâneas com objetivo de enxamear (*swarm*) para um lugar e rapidamente se dispersar, criando um efeito de estupefação no público. As segundas, ativistas, têm por objetivo mobilizar multidões com fins de protesto político em praça pública. (Lemos, 2004: 14)

As imagens que se seguem de alguns *smart/flash mobs* são ilustrativas das similitudes do comportamento inerentes a estes eventos rituais:



*Smart Mobs*⁴

³ Sobre *smart/flash mobs* consultar a obra de Rheingold, Howard (2003).

⁴ A primeira imagem trata-se de: *Hundreds of people met up as a smart mob in the lobby of the Westin St. Francis Hotel in San Francisco in August 2003. The members met up in the lobby, pretended to sleep, then*

No que diz respeito às redes sociais *on-line* assiste-se igualmente a um processo de agregação, mas em que há uma dimensão de menor efemeridade, em que a agregação tende a perdurar no tempo. O crescimento a que se assiste das redes sociais *on-line* genéricas (por exemplo o Facebook, criado em 2004 e actualmente, em Novembro de 2010, com mais de 500 milhões de membros⁵), ou mesmo em redes dedicadas a grupos específicos, como é o caso da rede social *on-line* para membros da comunidade científica Academia.edu,⁶ que passou de 39 000 membros em Maio de 2009 para 153 000 em Abril de 2010 e para 210 000 em Outubro de 2010, ou seja, teve um crescimento aproximado de 9 500 novos membros por mês. Para uma comunidade como a científica este é um crescimento expressivo e que denota a dinâmica de agregação generalizada, em que os sujeitos fazem da agregação *on-line* um ritual de pertença, de iniciação, de entrada no grupo. Grupo este que deixa de estar confinado às coordenadas espaciais e passa a estar definido por outros elementos, como a afinidade de interesses de investigação. Isso significa que a arena “do que se pensa” e do “com quem se pensa” passa a estar redefinida, bem como a plateia da performance de comunicação ritual.

Trata-se de analisar a dimensão performativa, ritual, de novos contextos de comunicação proporcionados pelos *social media*, pelos meios de comunicação que assumem existência pela dinâmica colaborativa e cooperativa, de rede, entre os utilizadores dos serviços. Não há rede social *on-line* sem a colaboração interactuante entre os actores dessas redes, como não haverá *smart* ou *flash mobs* sem a cooperação entre os actores que geram essa epifania mundana urbana. Ritual e performatividade, comunicação e ritual, rituais de interacção potenciados pela interacção mediada pelas tecnologias da comunicação.

Neste contexto o carácter ubíquo social do rito deve ser sublinhado:

O rito é um fenómeno universal que não possui formas inalteráveis ao longo dos tempos e não é um exclusivo da religião nem das sociedades tradicionais: ele está também presente nas mais evoluídas tecnicamente como em muitos países da Europa, EUA e Japão. (Voyé *apud* Vilaça, 2007: 57).

O ritual é um comportamento padronizado adequado a certos momentos e extensível às várias áreas da vida social. Basta lembrar os “rituais de interacção” de

left. (<http://people.howstuffworks.com/smart-mob2.htm>). In: <http://static.howstuffworks.com/gif/smart-mob-3.jpg> (em 2010-03-26) e a segunda imagem (imagem da direita) foi obtida em <http://news.cnet.com/i/bto/20091004/Mob.jpg>, em 2010-03-26.

⁵ Ver informação estatística sobre o Facebook em <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.

⁶ Ver em: <http://www.academia.edu/>.

Goffman para ver o quanto eles estão impregnados nas pequenas coisas da vida quotidiana. As sociedades encontram-se efectivamente estruturadas e organizadas em função de rituais na sua maioria seculares mas também religiosos e mistos, isto é, combinando ingredientes dos dois domínios. (Vilaça, 2007: 57)

Os rituais podem ser de natureza secular ou de natureza religiosa (Durkheim, 2003), enquanto os primeiros se focam nas relações sociais (civis, militares, éticas, festivas, académicas, familiares, amorosas), os religiosos focam-se na relação com o transcendente. Têm em comum uma conexão com o invisível e o indizível, com a relação, que a dimensão *performativa* do ritual consegue materializar e que se encontra nos fenómenos comunicacionais cuja matriz é a interacção e agregação social, potenciada pela comunicação mediada pela Internet e/ou pelos serviços móveis de comunicação. Na dimensão performativa o carácter de repetição do ritual assume um papel central:

Os rituais, executados repetidamente, conhecidos ou identificados pelas pessoas, concedem uma certa segurança. Pela familiaridade com a(s) sequência(s) ritual(is), sabemos o que vai acontecer, celebramos nossa solidariedade, partilhamos sentimentos, enfim, temos uma sensação de coesão social. [...] através da repetição e da formalidade, elaboradas e determinadas pelos grupos sociais, os rituais demonstram a ordem e a promessa de continuidade destes mesmos grupos. (Rodolpho, 2004: 139-140)

Esta dimensão de repetição está presente na encenação ritual da relação no contexto das redes sociais *on-line*, dos *smart/flash mobs* e dos *social media*, enquanto geradores de novos contextos de ritualização, que criam um novo contorno empírico. É como se de uma **nova grande aldeia mestiça** se tratasse, na qual “Os participantes usam locais, compreensões herdadas e experiências, tanto colectivas como pessoais, para criar novos eventos e projectarem os seus eus numa antecipação do futuro” (Senft e Baso, 2009: 1).

A comunicação realizada no contexto das redes sociais *on-line*, dos *smart/flash mobs* e os *social media*, fornece ao sujeito uma linguagem, na qual pode exprimir estados não-formulados, exercendo um efeito de catarse, de reorganização do seu estado psico-fisiológico de relacionamento. Este ritual de partilha encenada tem uma eficácia ecossistémica identitária que vincula o sujeito a uma espaço-tempo-linguagem.

Como sistematiza Rook (2007: 84), a experiência ritual depende de quatro componentes tangíveis: 1) Artefactos rituais; 2) Roteiro do ritual; 3) Representação do(s) papel(eis) do ritual e 4) Plateia do ritual.

Assumindo os rituais como representações dramáticas poder-se-á analisar o conceito de comunicação nas redes sociais *on-line* em que as fotos, informações do perfil e os “amigos” associados assumem o papel de artefactos rituais. Estes **artefactos** no contexto ritualístico comunicam mensagens simbólicas específicas que se integram no significado da experiência no seu todo (Rook, 2007: 84). Também ao analisar-se os *smart/flash mobs* se constatará a existência de artefactos rituais, de objectos que o grupo assume como marcas simbólicas de identidade do grupo efémero, que o distingue das restantes pessoas que ocupam o espaço público onde o evento ritual se realiza, traçando a fronteira entre os sujeitos envolvidos na performance ritual e a sua plateia.

O **roteiro** do ritual orienta o uso dos diversos artefactos rituais – “um roteiro ritual prescreve um paradigma de consumo que pode incluir uso extensivo ou relativamente limitado de produtos. O roteiro identifica não só os artefactos a serem usados, mas também sua sequência comportamental e quem deve usá-los.” (Rook, 2007: 84). Nos *smart/flash mobs* o roteiro ritual é uma componente crucial, na medida em que o evento só se verifica se os sujeitos aderentes manifestarem um comportamento dramático previamente acordado, como elemento estruturante daquela actividade. Nas redes sociais *on-line* este roteiro de interacção ritual não é tão padronizado, mas existem comportamentos reveladores da sua existência. Por um lado, o comportamento de associar “amigos” como um desempenho do ritual *performativo* do estar na rede; por outro lado, o roteiro de actualização do *eu*, do perfil, ou seja, o *eu* enquanto uma projecção *performativa* do ritual de actualização do perfil na rede social. Esta situação é usada como arquétipo na publicidade em que um casal se encontra na cerimónia de matrimónio e no momento em que o padre está a selar a união, o noivo interrompe a cerimónia e a partir do seu telemóvel actualiza o seu perfil no *Facebook*, alterando o seu estado civil.

No roteiro ritual os sujeitos desempenham **papéis** rituais; contudo, o papel ritual desempenhado pode estar clara ou apenas vagamente roteirizado. No segundo caso o sujeito possui um elevado grau de liberdade no desempenho do seu papel ritual – “A representação de um papel por alguém pode ser extensa, limitada ou inexistente. Também pode ser passiva ou ativa.” (Rook, 2007:84). Enquanto nos *smart/flash mobs* o papel ritual é altamente roteirizado, mas redes sociais *on-line* o papel ritual é mais flexível, embora existam roteiros e papéis que fazem parte da dimensão *performativa* ritual de pertença à rede social. No caso de não se desempenharem esses papéis, a presença na rede social é uma presença sem espessura ontológica no seio da mesma, isto é, o sujeito tem uma presença anémica que não lhe permite entrar verdadeiramente na dinâmica de comunicação ritual típica daquele espaço simbólico.

Deve-se ainda considerar que um ritual muitas vezes tem uma **plateia** maior do que a dos indivíduos envolvidos no próprio ritual. Se no caso das redes sociais *on-line* a plateia em parte coincide com os sujeitos envolvidos, por outro, verifica-se que há uma tendência para que as empresas e os empregadores procurem obter informação sobre os eventuais contratados através da análise dos seus perfis na rede sociais *on-line* e do seu comportamento ritual nesses espaços simbólicos. No que respeita ao fenómeno dos *smart/flash mobs* verifica-se claramente a existência de uma plateia exterior ao grupo, dado que faz parte da dinâmica do processo do evento ritual o facto de ser realizado em espaços públicos de confluência na malha urbana, como praças ou estações de transportes públicos. Os *smart/flash mobs* enquanto eventos rituais existem em si, mas quanto maior for a sua plateia externa, maior a sua intensidade de comunicação ritual entre os membros dessa experiência.

No que respeita à identificação das fontes primárias de comportamento rituais e tipologia do comportamento ritual, Lévy (*apud* Rook, 2007: 84-85) apresenta cinco fontes: 1. biologia humana; 2. metas e emoções individuais; 3. aprendizagem em grupo; 4. valores culturais e 5. crenças cosmológicas. Estas por sua vez enquadram-se em determinados tipos de ritual: animal (fonte: biologia, exemplo: acasalamento); pessoal (fonte: metas e emoções individuais, exemplo: cuidados pessoais); cívico, pequeno grupo, familiar (fonte: aprendizagem grupal, exemplo: eleições, almoços de trabalho, negociações empresariais, festas de aniversário); ritos de passagem, cultural (fonte: valores culturais, exemplo: casamento) e religioso, mágico, estético (fonte: cosmologia, exemplo missa, jogos de azar, artes cénicas).

Fazendo o exercício de análise das redes sociais e dos *smart/flash mobs* à luz desta tipologia poder-se-ão identificar duas fontes primárias principais: as metas e emoções individuais e a aprendizagem grupal. Isto porque as realidades comunicacionais em análise, enquanto eventos rituais, vivem dessa dupla dinâmica. Por um lado esses rituais são do grupo e para o grupo e, por outro lado, são forma de os indivíduos expressarem a sua individualidade, cuidando de si, ou seja, cuidando do seu perfil como se cuida de algo vivente, mas dependente, no fundo cuidando do artefacto ritual principal.

Na definição heurística e não-absoluta de ritual proposta por Tambiah (1979), este apresenta três características: é um acontecimento distinto do quotidiano; trata-se de uma *performance* colectiva e os acontecimentos possuem uma ordenação que os estrutura (Peirano, 2000: 20).

Tal como Tambiah estudou os *riots* e a sua dimensão ritual, será interessante estudar os *smart/flash mobs* como manifestações rituais da contemporaneidade. Os *smart/flash mobs* surgem como uma quase epifania no quotidiano. São uma erupção performativa no

quotidiano, onde sujeitos celebram a sua associação, em nome de algo que os supera e fazem-no com uma ordenação que estrutura o fenómeno, permitindo a sua génese e a sua actuação ritual.

Tal como os *riots*, os *smart/flash mobs* “[os *riots*] embora aparentemente espontâneos, irracionais e caóticos, quando analisados revelam feições antecipadas, programadas, duração determinada, traços e fases recorrentes.” (Peirano, 2000: 20). Tal como os *riots*, também os *smart/flash mobs* ocorrem em contextos e momentos impossíveis de antecipar totalmente, logo, a ambos existe imponderabilidade e um certo acaso. Tal como sublinha Peirano (2000: 21), não se trata de procurar a causalidade destes eventos, mas de os interpretar, de compreender como se tornam em eventos, irrompendo do quotidiano e, para usar a expressão weberiana, de se tornarem em “indivíduos históricos”.

A suspensão do tempo na acção-ritual – uma das características da acção nas redes sociais *on-line* e em fenómenos delas derivados, como os *smart/flash mobs* – é a suspensão do “tempo profano” do tempo quotidiano, para abrir espaço para um tempo intemporal, o do espaço virtual, no qual o sujeito se suspende da sua condição espaciotemporal, da sua condição mundana de enraizamento geográfico. Na rede social *on-line* o sujeito entra num espaço simbólico, num espaço outro. Neste espaço outro verifica-se uma ânsia voraz pela associação de novos elementos, de novos sujeitos a si, como se de um encontro orgiaco se tratasse – uma dimensão ritual de comportamento de “consumo” de outros, de “amigos”, como um ritual de prestígio e reconhecimento. Os encontros *on-line* e os encontros convocados a partir de sistemas de comunicação móvel enquanto eventos rituais têm vindo a assumir um significado cada vez mais relevante na vida dos indivíduos, assumindo-se também neste caso o ritual como um comportamento especialmente integrador. Este carácter integrador é de especial relevo na interpretação do crescimento exponencial das redes sociais *on-line*.

DA COLABORAÇÃO RITUAL

Considerando o ritual como um fenómeno especial da sociedade, que nos aponta e revela representações e valores de uma sociedade, mas o ritual expande, ilumina e ressalta o que já é comum a um determinado grupo. Como venho enfatizando, ao invés de nos fixarmos nos critérios (ocidentais) de racionalidade, procuraremos seguir critérios de criatividade e eficácia. Rituais são bons para transmitir valores e conhecimento e também próprios para resolver conflitos e reproduzir as relações sociais. (Peirano, 2003: 10)

Na sociedade da comunicação generalizada em que serviços designados por Web 2.0 ou *social media* se baseiam na colaboração dos utilizadores e em que o utilizador é, simultaneamente, produtor de conteúdos e elemento dinamizador dos serviços, fica a questão se o ritual de agregação de utilizadores é verdadeiramente gerador de comunicação entre essas pessoas. Ou se, por detrás de uma aparente compulsão para a conexão e agregação entre utilizadores, gera o vazio. As novas tribos, para usar a expressão de Michel Maffesoli (2000), agregam-se e encontram-se num comportamento ritual, onde a performance do encontro tem um valor superlativo face à comunicação?

Face à efervescência e crescimento exponencial em torno dos serviços de comunicação, com especial ênfase nos serviços móveis de comunicação e com agregação baseada na comunicação georreferenciada, fica em aberto o desafio de continuar a olhar o fenómeno pelo prisma do ritual, nomeadamente enriquecendo a leitura com as questões vinculadas à emoção – “A participação num ritual dá ao indivíduo um tipo especial de energia, que vou denominar energia emocional.” (Collins, 2004: 38) – serão os rituais de interação *on-line* nas redes sociais e nos serviços de agregação e partilha entre utilizadores potenciadores da *energia emocional*?

LÍDIA OLIVEIRA

Professora auxiliar com agregação no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro. As suas investigações centram-se nas problemáticas da Cibercultura. É investigadora no Cetac.media – Centro de Estudos das Tecnologias e Ciências da Comunicação (<http://www.cetacmedia.org/>).

Contacto: lidia@ua.pt.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Basso, Ellen B.; Senft, Gunter (2009), “Introduction”, in Gunter Senft e Ellen B. Baso (orgs.), *Ritual Communication*. New York: Berg, 1-19.
- Browne, Ray B. (1980), “Ritual One”, in R. B. Browne (org.), *Rituals and Ceremonies in Popular Culture*. Bowling Green, OH: Bowling Green University Popular Press, 1-18.
- Cabral, João de Pina (1998), “Redes informáticas – espaços, tempos, hegemonias”, *Análise Social*, XXXIII(148), 861-870.
- Collins, Randall (2004), *Interaction Ritual Chains*. New Jersey: Princeton University Press.
- Costa, Sérgio (2005), “Amores fáceis – Romantismo e consumo na modernidade tardia”, *Novos Estudos*, 73, 111-124.

- Durkheim, Émile (2003), *As formas elementares da vida religiosa*, 3.^a ed. São Paulo: Martins Fontes [1.^a ed.: 1912].
- Goffman, Erving (2005), *Interaction Ritual – Essays in Face-to-Face Behavior* (with a new introduction by Joel Best). New Jersey: Transaction Publishers [1.^a ed.: 1967].
- Lemos, André (2004), “Cibercultura e mobilidade: a era da conexão”, *Razão y Palabra*, 41, 1-22.
- Maffesoli, Michel (2000), *Le temps des tribus - le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*, 3.^a ed. Paris : Table Ronde.
- Peirano, Mariza G. S. (2000), “A análise antropológica de rituais”, *Série Antropologia*. Brasília: Departamento de Antropologia-Universidade de Brasília. Consultado em 25/02/10, <http://vsites.unb.br/ics/dan/Serie270empdf.pdf>.
- Peirano, Mariza G. S. (2003), *Rituais – ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Primo, Alex (2003), *Interacção mediada por computador: a comunicação e a educação à distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional*. Tese de Doutorado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, em Março de 2003, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Rheingold, Howard (2003), *Smart Mobs - The Next Social Revolution*. New York: The Perseus Books Group.
- Rodolpho, Adriane Luisa (2004), “Rituais, ritos de passagem e de iniciação: uma revisão da bibliografia antropológica”, *Estudos Teológicos*, 44(2), 138-146.
- Rook, Dennis W. (2007), “Dimensão ritual do comportamento de consumo”, *ERA: Revista de Administração de Empresas*, 47(1), 81-98.
- Rothenbuhler, Eric W. (1998), *Ritual Communication – From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. London: Sage Publications.
- Senft, Gunter; Baso, Ellen B. (orgs.) (2009), *Ritual Communication*. New York: Berg.
- Tambiah, S. J. (1985), *Culture, Thought, and Social Action. An Anthropological Perspective*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Tambiah, S. J. (1979), “A Performative Approach to Ritual”, *Proceedings of the British Academy*, London, LXV(65), 113-169.
- Vilaça, Helena (2007), “Recomposição dos rituais contemporâneos: a peregrinação”, *Sociologia*, 7, 55-67. Consultado em 25/02/10, <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/5507.pdf>.